П.И. Цветкова

ПОНЯТИЕ И СИНТЕТИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ТЕЛЕДИЗАЙНА

В статье обозначена методология исследования теледизайна как синтетического понятия. Автором проанализированы истоки и сущностные черты теледизайна. Отмечается, что теледизайн является понятием, производным от дизайна и медиадизайна. Сохраняя отдельные родовые качества, теледизайн трансформируется в особое направление дизайнерской деятельности, сочетающей в себе элементы различных областей знаний и профессиональных практик. Выводы автора имеют методологическое значение для выявления потенциала теледизайна в проектировании и моделировании сложных инфокоммуникационных систем в мультимедийном пространстве.

In the article search of methodology of teledesign is conducted on the basis of synthetic concept. The author has analysed sources and intrinsic lines of teledesign. It is noted that the teledesign is the concept derivative of design and media design. Keeping separate patrimonial qualities, the teledesign is transformed to the special direction of the design activity combining elements of various fields of knowledge. Conclusions of the author have methodological value for identification of potential of teledesign in modeling of difficult infocommunication systems in multimedia space.

Ключевые слова: методология, теледизайн, дизайн, синтетическая основа понятия, проектирование среды, инфокоммуникационные технологии, коммуникативная реальность.

Keywords: methodology, teledesign, design, synthetic basis of a concept, design of the environment, infocommunication technologies, communicative reality.

В современной теории и практике дизайна довольно расхожим стало употребление понятия «теледизайн» — как особого рода дизайнерской деятельности и ее результата. Несмотря на ряд работ, посвященных теледизайну, в рамках научных исследований понятие пока слабо концептуализировано, что обусловило необходимость обращения к его теоретической интерпретации. Изучение теледизайна целесообразно начать с определения сущности понятия.

Теледизайн как достаточно новый для исследований концепт является производным от базового понятия «дизайн» и далее — от понятия «медиадизайн». Следовательно, логично предположить, что теледизайн унаследовал черты традиционного дизайна, а также медиадизайна, привнеся в процесс творческой деятельности и его результат элементы новизны. Так же, как и дизайн, теледизайн имеет коммуникативную природу и возникает первоначально как практическая область знаний. Процесс теоретизации понятия «дизайн» начинается гораздо позднее его практического развития. Схожий процесс мы можем наблюдать и в отношении теледизайна. Стоит отметить также ведущую роль коммерческого фактора, повлиявшего на процесс развития как дизайна, так и теледизайна. Не останавливаясь более на перечислении сходства между базовым и производным понятиями, обратимся к концептуальной интерпретации последнего. В то же время, делая попытку определить понятие, мы должны выявить совокупность сущностных черт, благодаря которым данное определение может быть сложено. Таким образом, процесс диалектичен: определение теледизайна восходит к констатации его синтетической сущности.

Во-первых, теледизайн многогранен. Пытаясь определить, к какой сфере практической деятельности он принадлежит, мы рискуем натолкнуться на методические и когнитивные сложности. С одной стороны, теледизайн являет собой средство выражения художественного замысла; с другой стороны, он имеет ярко выраженный коммерческий характер. С одной стороны, теледизайн как направление дизайна может быть истолкован как определенная философия художника, позволяющего воспринять мир с той субъективной позиции, которую имеет художник. В

этом смысле теледизайн есть философия, а сущность теледизайна есть мировоззрение. Эта методологическая линия представлена В.Л.Глазычевым, Л.М.Субхангуловой [1, с. 55–56; 6, с. 87]. С другой стороны, сущностной характеристикой теледизайна является его общественная обусловленность: он представляет собой вид практики, вызванной общественными потребностями и, одновременно, сам формирует все новые потребности общества в еще более совершенной творческой деятельности и ее результате. Эта позиция представлена М.В.Панкиной [5, с. 3632]. В одном пункте мнения исследователей схожи: теледизайн (как направление дизайна) представляет собой коммуникативную практику, а, значит, коммуникация является одной из сущностных черт теледизайна.

Специфика теледизайна обусловлена, прежде всего, той средой, в которой происходит коммуникационный процесс. Сюда относится специфика передачи, восприятия и усвоения информации, динамичность информационно-коммуникационного пространства. Безусловно, истоки коммуникативного проектирования в теледизайне лежат в традиционных печатных технологиях, на основе которых выстраивается процесс взаимодействия между дизайнером (кодировщиком и поставщиком информации) и потребителем. По мере замены печатных технологий цифровыми сам процесс коммуникаций кардинально меняется. Прежде всего, стоит говорить о массовизации коммуникаций посредством телевидения, то есть, о достижении схожего информационного эффекта при значительно меньших затратах. Другой особенностью коммуникационного пространства, в котором функционирует теледизайн, является развитие все новых символьно-знаковых систем как специфических кодов. Следует также говорить о трансформации роли телезрителя — он становится не просто реципиентом, но активным участником процесса [3], центральной фигурой медийного поля [2, с. 35; 7, с. 288]. Указанные коммуникационные особенности являются фактором развития теледизайна как синтетического и междисциплинарного концепта.

Во-вторых, синтетическая сущность дизайна обусловлена самим процессом возникновения и дальнейшего функционирования теледизайна. Основываясь на анализе исторических предпосылок

развития дизайна, медиадизайна и на их основе — теледизайна (данные понятия соотносятся между собой как общее и особенное), следует подчеркнуть симбиотическую природу каждого из данных понятий. Теледизайн как синтетический вид творческой деятельности вобрал в себя элементы самых различных видов искусства и профессиональных практик. Он сочетает в себе традиционные и современные виды искусства — театр, живопись, музыку, литературу, кино, мультипликацию, журналистику с современными смежными областями дизайна — графическим, рекламным, коммуникационным дизайном. Одновременно стоит фиксировать, что современный теледизайн все более удаляется от своих «исторических корней», поскольку все менее, в сравнении с медиадизайном, наследует элементы традиционных знаний.

Устанавливая сходство теледизайна с традиционными видами искусства и литературой, стоит отметить, что он унаследовал такие составляющие как использование невербальных форм подачи информации, характерных для литературного произведения, выразительность текстов и применение метафор, трансформирующихся в визуализированные формы. Профессиональный теледизайн использует художественную выразительность текстов, яркость языковых форм, актерское мастерство как средства передачи смыслов, символьно-знакового кодирования информационного сообщения, трансформируя информацию в театрализованное представление (перфоманс). Вместе с тем, в театральном искусстве мастерство актеров всегда имеет лицо, обязательно присутствует «обратная связь» со зрителем, в то время как в теледизайне действие дизайнера-профессионала обезличено, обратная связь не очевидна, с целью создания художественных образов используются не только традиционные средства и техники, но и компьютерная графика, цифровые технологии.

Нетрадиционные виды искусства — кино и мультипликация — передали теледизайну динамичность и подвижность изображения. Унаследовав от графики и графического дизайна все средства изображения, символы, а также пластичность и выразительность отдельного кадра, с помощью средств кино и мультипликации теледизайн трансформировал их в глубоко подвижные структуры.

Статичность графической картинки превращается в бесконечно вращающуюся виртуальную реальность при помощи спецэффектов и особой работы с кадром. Создавая динамичное перемещение из кадра в кадр, теледизайн способен формировать новую пространственно-временную условность. Линейность пространственно-временных форм, преимущественная монотонность ритма движения, а также последовательный монтаж в кинопроизводстве трансформируется в свободную интерпретацию времени и пространства, включая «разрывы реальности» за счет чередования ритма, скорости, характера движения нелинейного монтажа. Теледизайн представляет «вторичную рефлексивность», поскольку происходит обработка кадров, уже отобранных и обработанных режиссером и монтажером.

Наследуя от журналистики искусство создания текстов и трансляции их аудитории, теледизайн, по сути, осуществляет функцию модерирования и диспетчирования ситуацией, что наделяет его свойством управления зрительскими предпочтениями. Создание привлекательного образа эфирной единицы позволяет провести параллель между теледизайном и рекламным дизайном, поскольку основная цель обоих дизайнерских направлений — «продать» продукт потребителю (целевой аудитории). Вместе с тем, журналистика модерирует ситуацию с использованием преимущественно вербальных средств, в ней легко отслеживается реакция целевой аудитории через «обратную связь». Теледизайн же по своему назначению использует невербальные средства, а целевая аудитория не всегда достаточно четко выражена, затруднена и оценка реакции конечного потребителя.

В-третьих, синтетическая сущность теледизайна состоит в комплексности используемых средств. Комплексность используемых сфер знаний порождает и плюрализм техник, которые заимствовал теледизайн у различных знаниевых отраслей. Действительно, вряд ли стоит говорить об успешном теледизайн-проекте, если в нем не присутствует та самая техническая многогранность: синтетичность используемых средств способствует формированию неповторимого и легко узнаваемого образа эфирной единицы или телеканала в целом, позволяя повысить успех его позиционирования на рынке телеиндустрии.

На основе проведенного анализа целесообразно дать авторскую интерпретацию понятия «теледизайн». Делая попытку определить понятие, считаем, что теледизайн представляет собой синтетическую область знаний, развивающуюся в рамках медиадизайна. Теледизайн как направление дизайна включает в себя совокупность элементов традиционных и нетрадиционных видов искусства (живопись, театр, кино, мультипликация), литературы, журналистики, а также смежных направлений дизайна — графического, рекламного, коммуникационного. Теледизайн суть проектно-моделирующая деятельность, направленная на формирование и изменение имиджа телеканала или отдельных эфирных единиц посредством использования комплекса современных дизайн-техник и дизайн-средств, а также результат этой деятельности (моделирование информационно-коммуникационного пространства). Природа теледизайна исключительно коммуникативна; функционирование теледизайна происходит в мультимедийной среде, где традиционные СМИ пересекаются с новыми медиа на основе цифровых технологий. Полагаем, в приведенном определении учтены все особенности теледизайна и условий его функционирования.

Таким образом, изучив и проанализировав ряд сущностных характеристик теледизайна и сделав попытку определить это многогранное понятие, мы можем осуществлять дальнейшие движения в области методологического обоснования использования теледизайна к проектированию и моделированию сложных инфокоммуникационных систем в мультимедийном пространстве. Это касается, прежде всего, конструирования модели проектирования в теледизайне на основе концептуализации творческой идеи, выработки стратегии и тактики телевизионных коммуникаций, выбора языковых средств в процессе передачи художественного образа телеаудитории. Конечной целью любого теледизайн-проекта выступает, как справедливо отмечает Т.В.Литвина, трансляция зрителю «новой» реальности на основе «драматургических действий дизайнера» [4, с. 191].

Библиография:

1. *Глазычев В.Л.* Дизайн как он есть. М.: Европа, 2011. — С. 55–56.

2. *Дугин Е.Я.* Особенности работы журналиста в мультимедийной среде // Вестник электронных и печатных СМИ. — 2014. — № 21. — С. 31–43.

3. *Дугин Е.Я.* Телевидение в условиях мультимедийности. — М.: Изд-во «Русника», 2013. — 172 с.

4. *Литвина Т.В.* Информативность и образное начало в телевизионном дизайне // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. — 2010. — № 2. — С. 188–197.

5. *Панкина М.В.* Дуальность как проектная сущность дизайна // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 2. — С. 3629–3634.

6. *Субхангулова Л.М.* Методы проектирования в дизайне и разработка дизайн-концепций // Дизайн: искусство. Промышленность. — 2012. — № 1. — С. 87–92.

7. *Уразова С.Л.* Конвергенция как фактор жизнеспособности масс-медиа в цифровой среде. Теоретический аспект // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2011. — № 5 (1). — С. 287–293.